

# **Pengaruh Penggunaan Fitur-Fitur *Blog* terhadap *Continuance Intention to Visit Blogs* (Keinginan untuk Mengunjungi *Blog* secara Berkelanjutan) pada Toko Online Multiply Indonesia**

## **ABSTRAK**

Perkembangan pengguna layanan situs *blog* mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya peluang di dalam dunia bisnis *e-commerce*, *blog* yang awalnya digunakan sebagai catatan individu *blogger*, kemudian berkembang menjadi fungsi jejaring sosial, dengan adanya perubahan metode pembelian masyarakat, *blog* dijadikan sarana untuk melakukan transaksi jual-beli secara *online*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur-fitur *blog* dalam konteks variabel yang dikembangkan dalam model *Expectation Confirmation Theory* (ECT) terhadap *continuance intention to visit blogs*. Penelitian ini dilakukan terhadap responden dari pengguna internet yang pernah mengunjungi situs Multiply Indonesia dan jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 153 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM). Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa *confirmation* merupakan faktor dominan yang mempengaruhi *perceived usefulness*, melalui variabel *perceived social usefulness* dalam mencapai kepuasan pengguna *blog*. Analisis *Search Engine Optimization* (SEO) bertujuan untuk menentukan perencanaan strategi manajemen *blog* yang efektif dalam membangun komunitas sosial melalui loyalitas pengunjung-Nya.

### **Kata kunci :**

*Blog, Confirmation, Model ECT, Continuance Intention to Visit Blogs, Analisis SEO.*

# **The Impact of Using Blog Feature towards Continuance Intention to Visit Blogs on Online-Stores at Multiply Indonesia**

## **ABSTRACT**

Development of service users *blog* site encourages the creation of a huge potential business of e-commerce opportunities in the world. *Blogs* were originally used as an individual blogger notes, then developed into a social-network functionality, with the changing of purchase method, the function of *blog* become online-transactions. The purpose of this study was to determine the effect of blog feature developed in the context of the variable in the *ECT Model* towards *continuance intention to visit blogs*. The research was conducted on respondents from internet users who have visited the site Multiply Indonesia and the sample size set at 153 respondents using a purposive sampling method. The method used is the analysis of the model Structural Equation Model (SEM). Research findings indicate that *confirmation* is dominant factor affected perceived usefulness, through perceived social usefulness also positively influenced satisfaction of blog usage. In addition, *SEO Analysis* aims to determine the effective strategy to management blog site and build social-community through the visitor loyalty.

### **Keyword :**

*Blog, Confirmation, ECT Model, Continuance Intention to Visit Blogs, SEO Analysis.*